

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2025-2035

PONTA GROSSA

TURISMO INTELIGENTE, PARTICIPATIVO E SUSTENTÁVEL

INFORMAÇÕES E CONTATO

Secretaria Municipal de Turismo

R. Sete de Setembro, 510 - Centro,

Ponta Grossa - PR, 84010-350

Telefone: (42) 3220-1000

ramal 2306/2099

FICHA TÉCNICA

REALIZAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA

PREFEITA MUNICIPAL
Elizabeth Silveira Schmidt

VICE-PREFEITO
Moisés Elias Ribas Faria

SECRETÁRIO MUNICIPAL DE TURISMO
Paulo Roberto Baptista Stachowiak

COORDENAÇÃO GERAL DO PLANO MUNICIPAL
Anne Louise Pinheiro

COMISSÃO TÉCNICA DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO
Anne Louise Pinheiro
Alana Miliorini da Silva
Célia Regina Kubaski Xavier
Kariane Sezepanski de Oliveira
Luciane Nunes Freitas dos Santos
Maria Adriana das Neves
Marcelo Guimarães Amaral
Micheli Introvini Turek
Milene Gonçalves
Natali Calderari
Luis Claudio Moutinho
Sabrina Woiczack

APOIO NAS OFICINAS

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARANÁ – SEBRAE – PR

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO
José Roberto Ricken

DIRETORIA EXECUTIVA
Vitor Roberto Tioqueta
Cesar Reinaldo Rissete
José Gava Neto

GERENTE DA REGIONAL CENTRO
Michael Douglas Camilo

COORDENADORA ESTADUAL DE TURISMO, ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO
Patricia Albanez

GESTORA DE TURISMO
Nádia Terumi Joboji

CONSULTORIA CREDENCIADA
Zulmeia Ferreira Pinheiro



FOTO: JESUS M. HERNÁNDEZ GÓMEZ

Sumário

Apresentação Institucional	04
Ponta Grossa: Caminhando para um Destino Turístico Inteligente	05
Limites e Aplicabilidade do Sistema de Gestão do Destino	06
Locais de Interesse Turístico	08
Definição de partes interessadas	09
Radar de Dados e Informações	13
Comunicação Institucional	15
Contexto Turístico Municipal	16
Instrumentos de Planejamento Turístico Municipal	18
Atividades Econômicas	19
Visitantes em Foco	22
Representatividade do Setor nas Políticas Públicas	23
Turismo e Legislação: o que está em vigor	24
Metodologia das Oficinas Participativas	30
Instituições que participaram das oficinas	31
Leitura Estratégica dos Resultados das oficinas	32
A visão do Trade: O que a discussão das oficinas revelou sobre o Turismo Local	36
Diretrizes Estratégicas	37
Metas do Plano Municipal de Turismo	38
Plano de Ação	39
ANEXO I - Matriz de Análise de Competências de Recursos Humanos	54
ANEXO II – Matriz de Funções, Responsabilidades e Autoridades por Unidade	55
ANEXO III – Processos Necessários para o Sistema de Gestão do DTI	56
ANEXO IV – Procedimento de Auditoria Interna	57
Informações Úteis	59

É com satisfação que apresentamos o Plano Municipal de Turismo, um instrumento estratégico que visa orientar o desenvolvimento do turismo de forma planejada, sustentável e integrada às vocações do nosso município. Este documento é resultado de um trabalho coletivo, que contou com a contribuição de diversos atores do setor, como empresários, representantes de instituições públicas e privadas, profissionais da área e a comunidade acadêmica.

Destaco com orgulho que somos reconhecidos como um **Destino Turístico Inteligente em Transformação** pelo Ministério do Turismo — reflexo do nosso compromisso com a inovação, a tecnologia e a sustentabilidade como pilares da gestão pública e do desenvolvimento do setor.

Convido-os a conhecerem este Plano e, mais do que isso, a fazerem parte de sua implementação. O turismo é uma construção coletiva — e juntos, seguiremos transformando nossa cidade em um destino de referência, capaz de gerar oportunidades, preservar nossa identidade e acolher cada vez melhor quem nos visita.

Paulo R. Baptista Stachowiak

SECRETÁRIO MUNICIPAL DE TURISMO DE PONTA GROSSA



FOTO: LETICIA GABRIELE NOVAKI



PONTA GROSSA:

CAMINHANDO PARA UM DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE.

O Plano Municipal de Turismo é um instrumento estratégico que visa orientar o desenvolvimento responsável da atividade turística no município de Ponta Grossa, que apresenta atrativos turísticos consolidados e uma diversidade de segmentos, como o turismo de negócios, lazer, aventura, científico e ecoturismo.

A cidade, reconhecida pelo Ministério do Turismo como um Destino Turístico Inteligente em Transformação desde 2023, investe continuamente em inovação e sustentabilidade. Esse dinamismo é ainda reforçado pelo polo educacional local, que abriga uma Universidade Estadual com curso de Bacharelado em Turismo e diversos cursos técnicos voltados para a área, preparando profissionais aptos a atender às demandas do setor.

A construção do diagnóstico do Plano foi realizada de maneira participativa, envolvendo empresários e representantes de instituições ligadas ao turismo, o que garantiu um levantamento abrangente das potencialidades e desafios enfrentados. Paralelamente, o Plano de Ação está alinhado com o plano de metas da gestão atual e dialoga com os demais planos de turismo vigentes no Brasil e no Estado, promovendo uma integração estratégica que fortalece a competitividade e o desenvolvimento do destino turístico.

Este documento não só representa um planejamento estratégico, mas um compromisso coletivo com o fortalecimento do turismo como vetor de desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental para o município.

LIMITES E APLICABILIDADE DO SISTEMA DE GESTÃO DO DESTINO



O Sistema de Gestão do Destino Turístico de Ponta Grossa tem como objetivo garantir a implementação, monitoramento, melhoria contínua e integração das políticas e ações do turismo, alinhadas aos princípios do turismo sustentável, inteligente e participativo. Esse Sistema é gerido pela **Secretaria Municipal de Turismo (SETUR)**.

A SETUR foi criada em 2018, a partir da LEI Nº 13.373, de 20/12/2018. Esta lei extinguiu a Fundação Municipal de Turismo, sendo a Secretaria Municipal de Turismo sucessora de todos os negócios jurídicos mantidos pela Fundação. A mesma Lei cria, com caráter consultivo e deliberativo, o **Conselho Municipal de Turismo - COMTUR**, e denomina o Secretário Municipal de Turismo como presidente nato. A Lei cria também o **Fundo Municipal de Turismo**, destinado à captação e aplicação de recursos destinados ao desenvolvimento turístico do Município.

Nos Anexos I, II e III, relacionam-se os cargos existentes na SETUR com os ocupantes (ou perfis desejáveis), as funções, as responsabilidades, os processos e as competências exigidas para cada função.

Escopo Geográfico: abrange todo o território do município de Ponta Grossa, incluindo áreas urbanas, rurais, unidades de conservação e distritos com relevância turística.



População
estimada (2024)*



Área
Territorial*



Mata
Atlântica*



Empresas no
Polo Industrial



Distritos
Administrativos



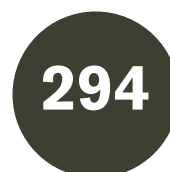
Distância da
Capital**



15 de
Setembro



Instituições de Ensino
Superior**



Cadastros no
CADASTUR

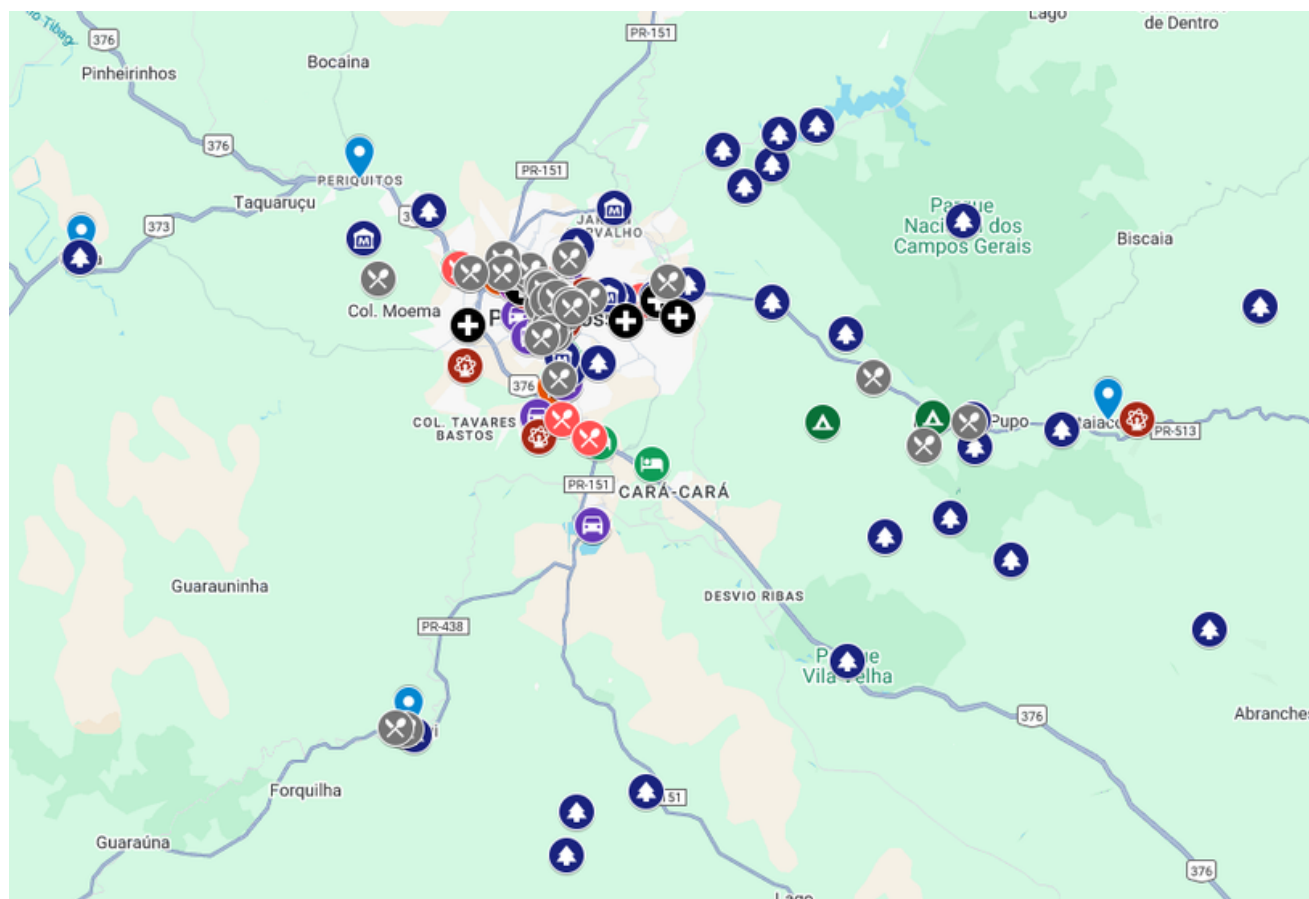
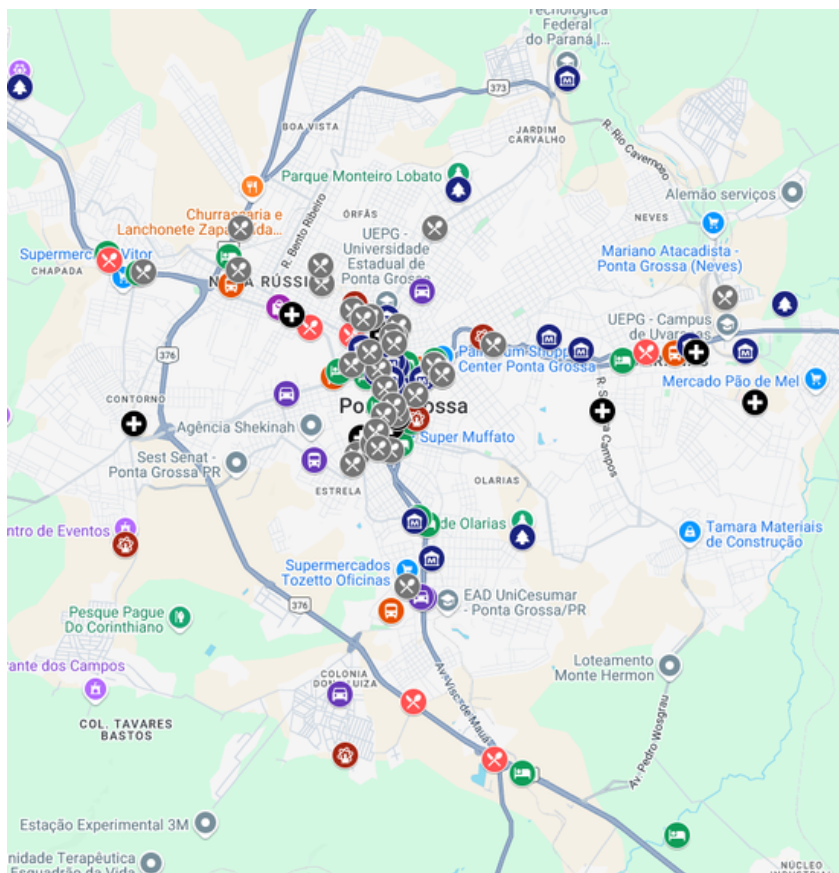
* Fonte: IBGE.
** Fonte: IPARDES.

O sistema de gestão do DTI não abrange diretamente:

- A gestão de empreendimentos privados, embora promova o diálogo com o setor.
- Políticas públicas de outros setores que não estejam integradas à agenda turística (como saúde, educação ou segurança), exceto quando houver interface direta com o turismo.

LOCAIS DE INTERESSE TURÍSTICO

Os empreendimentos e locais de interesse turístico do município se encontram georreferenciados, para uma melhor compreensão do território e para auxiliar na identificação de limites e da aplicabilidade do sistema de gestão. O mapa acima representa a área urbana da cidade, enquanto o mapa de baixo representa a totalidade do município, com os distritos rurais. Os marcadores representam unidades de saúde, atrativos, hospedagens, transportes e empreendimentos de alimentação (com base no inventário e no CADASTUR).



Melhor visualização no link: <https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1JPVuiOB5u9mGh9iaolMkqCXLPlS-nY&usp=sharing>

DEFINIÇÃO DE PARTES INTERESSADAS

Como Escopo Institucional, citam-se os órgãos e entidades que compõem a governança turística municipal, nível de comunicação atual, e como engajá-los adequadamente.

Parte Interessada	Tipo de Stakeholder	Interesse no Plano	Nível de Comunicação atual	Estratégia de Engajamento
Secretaria Municipal de Turismo	Interno (gestor)	Execução e coordenação de políticas públicas.	-	Participação ativa; liderança do processo
Conselho Municipal de Turismo	Interno (consultivo e deliberativo).	Apoio técnico e validação	Alta	Reuniões periódicas; consultas formais
Conselho Estadual de Turismo	Externo (Governamental)	Articulação Estadual	Alta	Reuniões periódicas; cadeira representativa.
Trade turístico local	Externo (beneficiário)	Geração de demanda, impacto direto nos negócios	Média	Oficinas, consultas, comunicação contínua
Comunidade local	Externo (impactado)	Benefícios socioeconômicos e qualidade de vida	Média	Transparência, escuta ativa, divulgação
Universidade Estadual de Ponta Grossa - Curso de Turismo	Externo (Ensino Superior)	Formação, pesquisa, apoio técnico	Média	Parcerias, cooperação acadêmica
Câmara Municipal de Vereadores	Externo (decisor legal)	Aprovação e suporte legislativo	Baixa	Articulação política e institucional
Secretaria de Estado do Turismo	Externo (Governamental)	Apoio institucional, técnico e financeiro às políticas locais	Alta	Apoio normativo, financeiro e articulador

Parte Interessada	Tipo de Stakeholder	Interesse no Plano	Nível de Comunicação atual	Estratégia de Engajamento
Outras secretarias municipais	Interno (colaboradores)	Integração com outras políticas públicas	Média	Reuniões intersetoriais
Visitantes e turistas	Externo (usuário final)	Experiência, serviços e atrativos turísticos	Baixa	Comunicação clara e pesquisa de satisfação
Ministério do Turismo	Externo (governo federal)	Diretrizes e políticas nacionais	Alta	Alinhamento institucional e técnico
Convention & Visitors Bureau	Externo (Sociedade Civil Organizada)	fortalecimento do turismo de negócios	Alta	Parcerias estratégicas, participação em planejamento e ações de marketing
ADETUR – Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais	Externo (Associação)	Articulação entre municípios	Alta	Participação em planejamento, diagnóstico, ações intermunicipais
SEBRAE PR - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	Externo (parceiro técnico)	Apoio técnico e metodológico	Alta	Alinhamento técnico e institucional
SESC - Serviço Social do Comércio	Externo (Social)	Ações sociais, culturais e turísticas	Alta	Parcerias em ações sociais, culturais e eventos
SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial	Externo (Social)	Oferta de qualificação	Alta	Parcerias em ações sociais, culturais e eventos

Parte Interessada	Tipo de Stakeholder	Interesse no Plano	Nível de Comunicação atual	Estratégia de Engajamento
ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes	Externo (Entidade de Classe)	Representação do setor de alimentação e entretenimento	Baixa	Envolvimento em ações de qualificação
Casa do Artesão	Externo (Entidade de Classe)	Promoção e valorização do artesanato local	Alta	Participação em feiras, eventos e qualificação
Sindicato Empresarial de Hotelaria e Gastronomia dos Campos Gerais	Externo (Entidade de Classe)	Representação e defesa dos interesses do setor	Alta	Diálogo institucional, qualificação e apoio à governança
Rodoviária Municipal Interestadual de Ponta Grossa	Interno (Mobilidade)	Atração de visitantes	Média	Relatórios de fluxo turístico
Aeroporto Municipal de Ponta Grossa	Interno (Mobilidade)	Atração de visitantes	Média	Relatórios de fluxo turístico
ABRAJET - Associação Brasileira dos Jornalistas de Turismo	Externo (Entidade de Classe)	Informações sobre o Destino Turístico	Alta	Canal de comunicação facilitado
Curso Técnico da Rede Estadual de Ensino: Meios de Hospedagem	Externo (Ensino Médio)	Inserção no mercado de trabalho	Baixa	Saídas Técnicas; aulas expositivas
Curso Técnico da Rede Estadual de Ensino: Guia de Turismo	Externo (Ensino Médio)	Inserção no mercado de trabalho	Baixa	Saídas Técnicas; aulas expositivas

Parte Interessada	Tipo de Stakeholder	Interesse no Plano	Nível de Comunicação atual	Estratégia de Engajamento
Escolas Municipais	Interno (Ensino Básico)	Sensibilização dos munícipes	Alta	Material didático; aulas expositivas; saídas técnicas
Empresas de Transporte Rodoviário de Passageiros	Externo (Mobilidade)	Atração de visitantes	Baixa	Oficinas participativas
Empresas de Transporte Aéreo de Passageiros	Externo (Mobilidade)	Atração de visitantes	Baixa	Oficinas participativas
Taxistas e Motoristas de Aplicativo	Externo (Mobilidade)	Sensibilização para o turismo local	Baixa	Oficinas; cursos; certificações
Agências de Receptivo do Município	Externo (Promoção)	Atração de visitantes	Alta	Oficinas; cursos; certificações
Agências de Turismo do Município	Externo (Promoção)	Sensibilização para o mercado turístico municipal	Baixa	Oficinas; cursos; certificações
Agências de Turismo dos Polos Emissores	Externo (Promoção)	Sensibilização para o mercado turístico municipal	Média	Participação em feiras e eventos;
LIGUIA - Liga Independente de Guias de Turismo do Paraná	Externo (Entidade de Classe)	Representação e defesa dos interesses do setor	Alta	Diálogo institucional
Ecosistema de Inovação - Vale dos Trilhos	Interno (Governamental)	Inovação no setor	Alta	Participação ativa em reuniões
Sindicato Rural de Ponta Grossa	Externo (Entidade de Classe)	Representação dos atrativos	Alta	Diálogo institucional

RADAR DE DADOS E INFORMAÇÕES

Na planilha abaixo, apresentam-se os documentos, dados e informações que necessitam de monitoramento para a análise do crescimento de indicadores locais e desenvolvimento de planos e projetos.

DADOS ECONÔMICOS E TRIBUTÁRIOS					
Documento	Status	Prioridade	Prazo	Origem	Apoio
Imposto Sobre Serviço - ISS	Em andamento	 Alta ▾	Mensal	Interna	Secretaria Municipal da Fazenda.
Faturamento do Setor	Em andamento	 Alta ▾	Mensal	Interna	Secretaria da Fazenda.
Empregos formais no setor de turismo	Em concepção	 Média ▾	Anual	Externa	CAGED; SEBRAE; Sala do Empreendedor.
Investimentos públicos e privados	Em concepção	 Alta ▾	Mensal	Externa	Ministério do Turismo; Secretaria Estadual de Turismo.
Alvarás concedidos a empreendimentos turísticos	Em concepção	 Média ▾	Mensal	Interna	Sala do Empreendedor; SEBRAE.

INDICADORES DE FLUXO TURÍSTICO

Documento	Status	Prioridade	Prazo	Origem	Apoio
Fluxo de passageiros no aeroporto	Em andamento	 Alta ▾	Mensal	Interna	Secretaria Municipal ICQP.
Fluxo de passageiros na rodoviária	Em andamento	 Alta ▾	Mensal	Interna	Secretaria Municipal de Infraestrutura e Planejamento
Taxa de ocupação hoteleira	Em andamento	 Alta ▾	Mensal	Externa	Convention; Sindicato.
Fluxo de visitantes nos atrativos	Em revisão	 Alta ▾	Mensal	Externa	Atrativos Turísticos; IAT.
Indicadores de Segurança Pública	Em concepção	 Alta ▾	Mensal	Externa	Secretaria Municipal de Segurança Pública

PESQUISAS E ESTUDOS

Documento	Status	Prioridade	Prazo	Origem	Apoio
Pesquisa com o trade turístico	Em concepção	 Média ▾	Semestral	Interna	COMTUR; Associações e Sindicatos
Pesquisa de demanda	Em concepção	 Alta ▾	Anual	Interna	Universidade; Eventos incentivados
Índices de satisfação dos turistas	Em concepção	 Alta ▾	Semestral	Interna	Universidade; Eventos incentivados
Mapeamento de cadeias produtivas	Concluído	 Média ▾	Anual	Interna	SEBRAE; Agência de Inovação.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Um Destino Turístico Inteligente necessita da determinação e documentação das comunicações internas e externas à gestão. Deste modo, determinam-se o processo de comunicação institucional da Secretaria Municipal de Turismo na matriz a seguir:

O quê comunicar	Quando comunicar	A quem comunicar	Como comunicar	Quem comunica
Metas e ações do Plano Municipal de Turismo	No início de cada ciclo de gestão	Servidores, trade turístico, sociedade civil	Reuniões, site institucional, redes sociais, boletim	Secretário de Turismo / Coordenação do Plano
Oportunidades de capacitação e parcerias	Sempre que disponível	Setor turístico, instituições de ensino, empreendedores	Chamadas públicas, e-mails, grupos de WhatsApp	Diretoria de Turismo / Diretoria de Eventos
Atualizações legislativas e normativas relacionadas ao turismo	Quando houver mudanças	Setor jurídico municipal, empreendedores, entidades setoriais	Notas oficiais, site, reuniões	Assessoria de Gabinete / Jurídico
Convocações para reuniões do COMTUR	Conforme cronograma definido	Membros do COMTUR	Grupo de Whatsapp e publicações em Diário Oficial.	Secretaria Executiva do COMTUR
Feedbacks e sugestões	Permanente	População em geral, visitantes	Formulários online, ouvidoria.	Diretoria de Comunicação e Marketing
Relatórios de auditoria e revisão do sistema	Anualmente ou conforme cronograma	Gestão municipal, órgãos de controle, sociedade civil	Relatório formal, audiência pública (se necessário)	Coordenação do SGGTI / Departamento Administrativo
Relatório de metas e de atividades mensais	Anualmente	Câmara de Vereadores; Prefeito.	Relatório formal.	Secretário de Turismo

CONTEXTO TURÍSTICO MUNICIPAL

Uma leitura do presente para planejar o futuro.

Esta seção apresenta um breve resumo de como o turismo se manifesta no território, quais são os recursos disponíveis, os serviços ofertados, as lacunas existentes e as condições que influenciam o desenvolvimento do setor.



Financiamento

66.7% das empresas de turismo do município possuem a necessidade de financiamentos. O principal fator para esta proposição é a compra de equipamentos.*

Crescimento das vendas

40% das empresas de turismo do município destacam que uma das principais dificuldades de crescimento das vendas é alcançar o público alvo.*



Demandas de capacitação

Empresas de turismo do município apontam que principais demandas de capacitação: gestão de redes sociais, atendimento ao cliente, marketing digital e inovação/ tendências.*

Visibilidade

Uma das principais preocupações das empresas de turismo do município, com relação ao turismo local, é a falta de conhecimento sobre os benefícios do turismo pela população local.*



* Baseado nas pesquisas realizadas pela Secretaria Estadual de Turismo do Paraná em 2023 e 2024. Disponível em: www.turismo.pr.gov.br/Pagina/SiTU



Hóspedes

A maioria dos hóspedes são turistas de negócios (representantes comerciais e visitas de trabalho), seguidos de participantes de eventos e turistas de lazer.*

Setor de eventos

Entre os principais problemas identificados pelos estabelecimentos de evento do município estão: concorrência com outros destinos turísticos, falta de integração dos eventos e promoção/visibilidade.*



Alimentação

Empresas de gastronomia do município apontam que o principal consumidor dos serviços é o morador local, seguido de participantes de eventos.*

Segmentos

Os principais segmentos turísticos do município são: turismo de negócios, ecoturismo, turismo de natureza, turismo de aventura e turismo técnico-científico.



Promoção turística

São adotadas as estratégias: campanhas de sensibilização; participação em feiras e eventos turísticos; rede social específica de turismo e site específico de turismo.

INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO MUNICIPAL.

Ferramentas, documentos e mecanismos utilizados pela gestão pública para organizar, orientar e promover o desenvolvimento do turismo (até 2024).

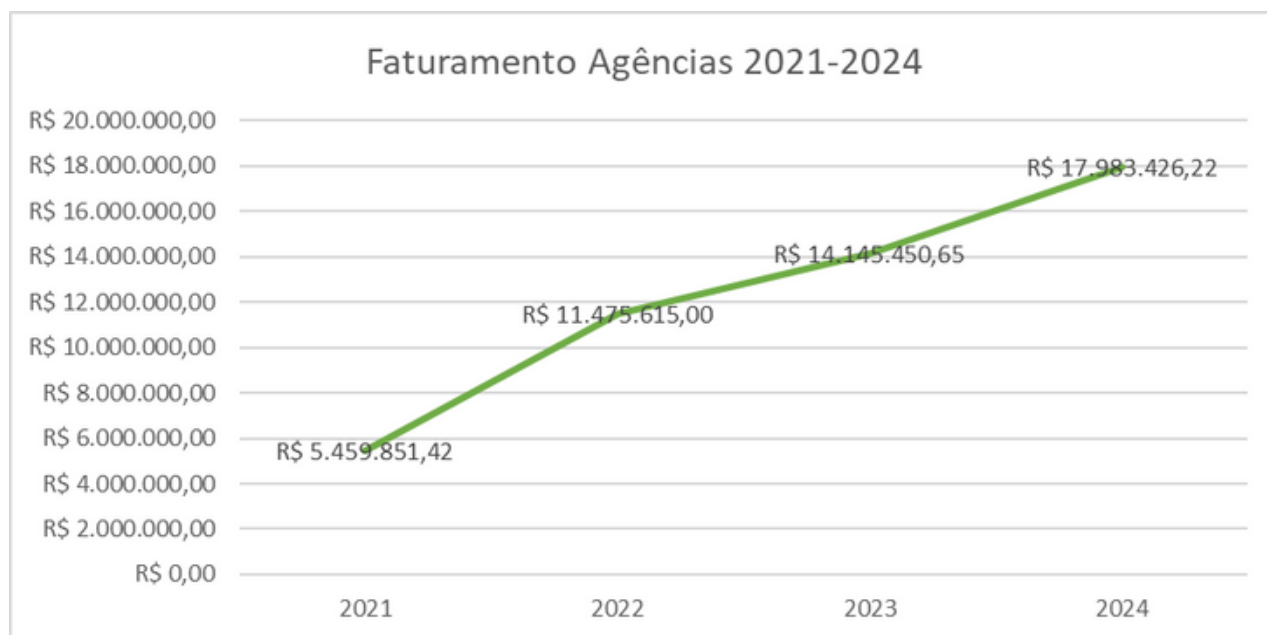
✓	Plano Diretor que contempla o Turismo.
✓	Inventário Turístico Municipal.
✓	Plano Municipal de Turismo.
✓	Plano de Ações para o Turismo.
✓	Lei Municipal de Turismo.
✓	Plano de Trabalho do Conselho Municipal de Turismo.
✗	Plano de Marketing do Turismo.

Infraestrutura de apoio no município.

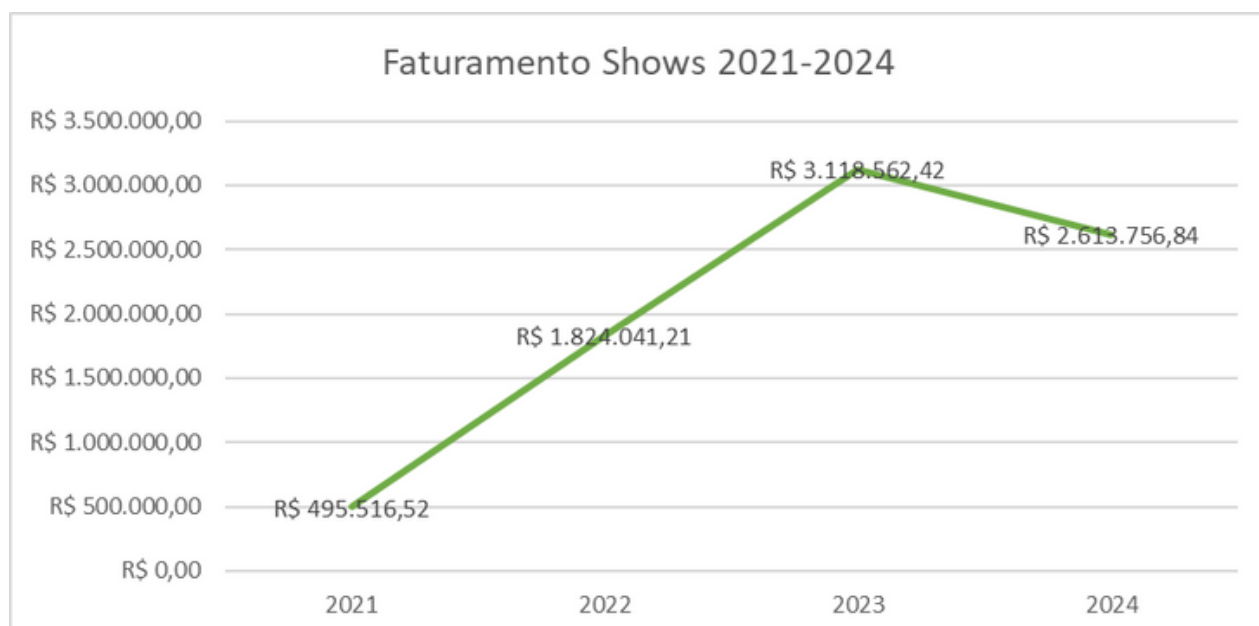
✓	Aeroporto com voos regulares
✓	Centro de convenções e eventos
✓	Coleta seletiva de lixo
✓	Portal de Identificação/Entrada
✓	Serviços de Comunicações: Conexões de internet e celular
✓	Serviços financeiros: Caixas eletrônicos, bancos e câmbio
✓	Sinalização Turística
✓	Terminal Rodoviário com linhas regulares
✗	Posto de Informação Turística

ATIVIDADES ECONÔMICAS - FATURAMENTOS

O setor das Agências de Viagens apresentou um crescimento expressivo de faturamento nos últimos anos. Em 2024, até o mês de novembro, o setor havia acumulado R\$17.983.426,22, aumento de 27% em relação a 2023. Essa evolução mostra a expansão e a consolidação do setor, com variações sazonais que refletem comportamentos específicos de mercado e oportunidades estratégicas bem aproveitadas.

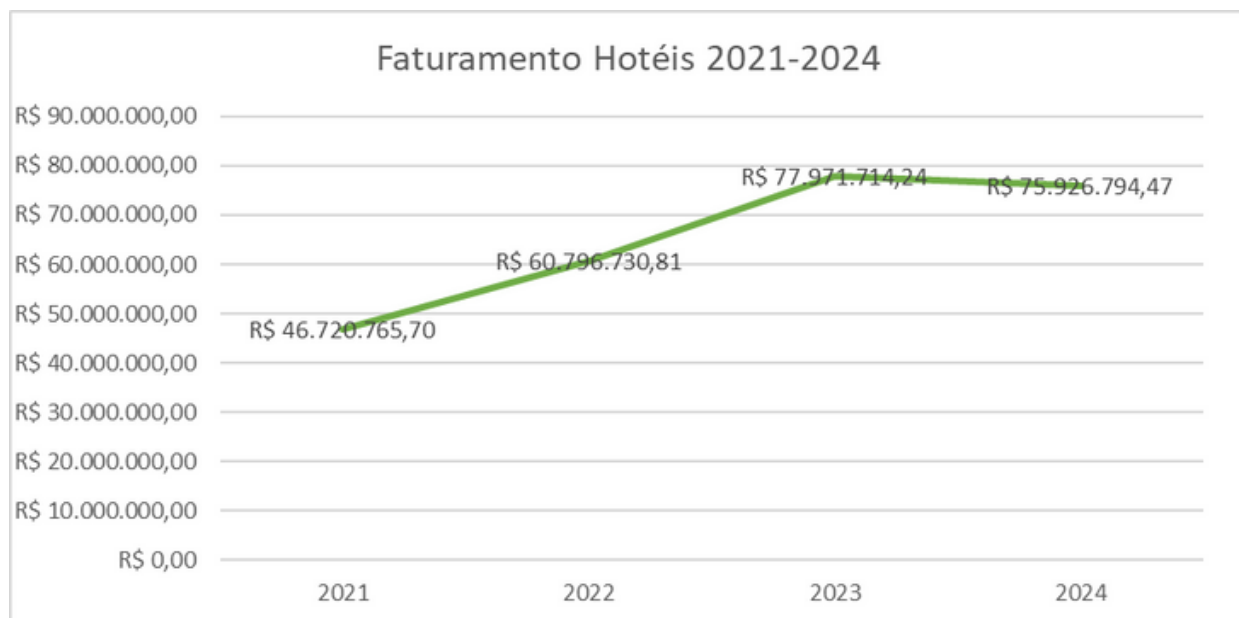


O faturamento dos shows no município também apresentou um crescimento expressivo. O mês de maio foi o mês com o menor faturamento nos anos de 2021 e 2024, já o mês de outubro obteve menor faturamento em 2022 e fevereiro em 2023. Os meses com maior faturamentos nos anos analisados foram agosto em 2023 e 2024, maio em 2022 e dezembro em 2021.

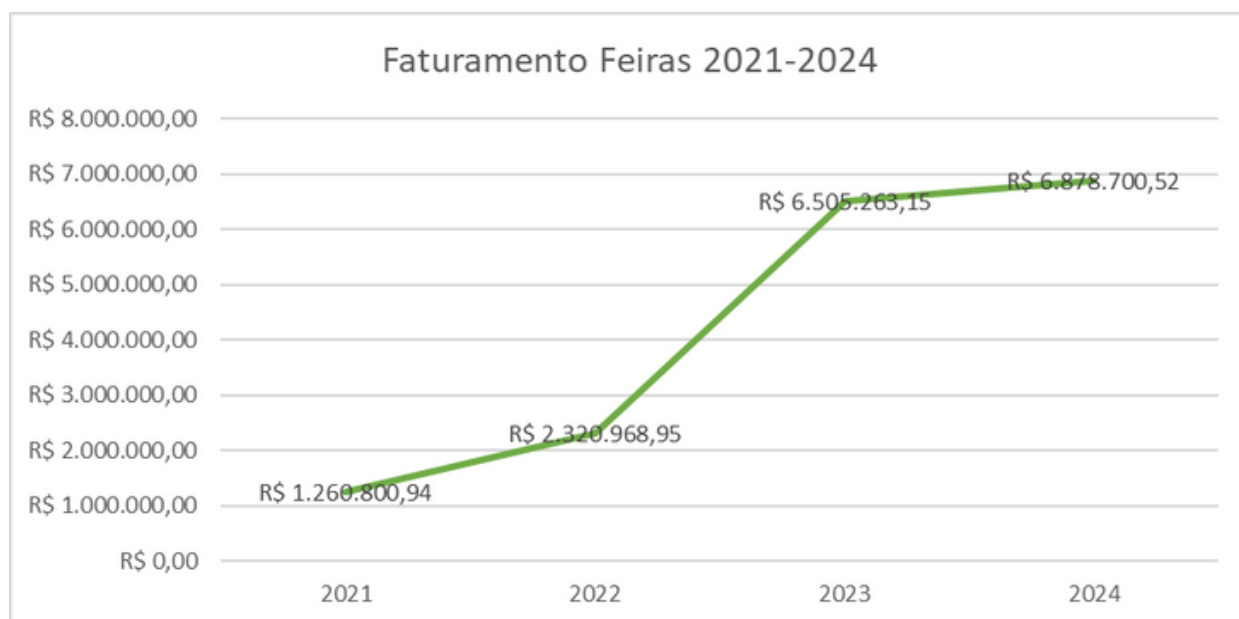


ATIVIDADES ECONÔMICAS - FATURAMENTOS

Entre 2021 e 2024, o setor hoteleiro de Ponta Grossa apresentou variações significativas em seu faturamento. Em 2023, o desempenho foi ainda mais expressivo, atingindo R\$77.971.714,24, um acréscimo de 28% em comparação com 2022. O mês de agosto despontou como o mais lucrativo do ano, enquanto fevereiro foi o de menor faturamento.



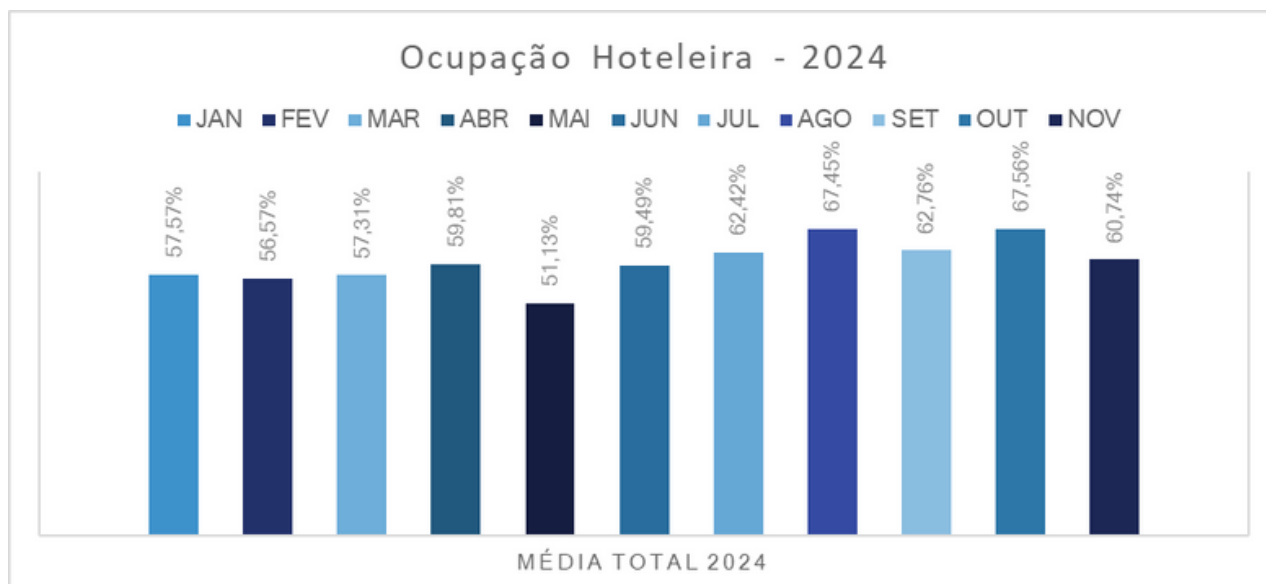
O faturamento das feiras no município também apresentou um crescimento expressivo. Durante os quatro anos, o mês de janeiro foi consistentemente o de menor faturamento, com valores variando entre R\$31.178,14 no primeiro ano e R\$112.383,69 no quarto ano.



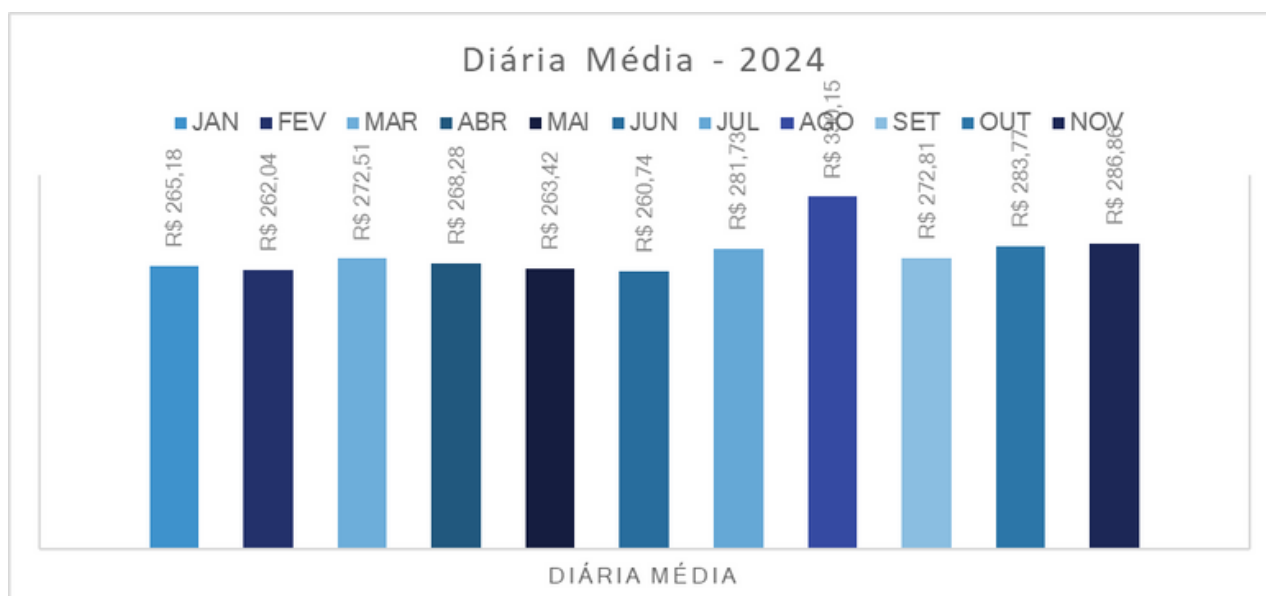
Fonte: Observatório de Turismo de Ponta Grossa - Prefeitura Municipal de Ponta Grossa/Coordenadoria do ISSQN.

OCUPAÇÃO HOTELEIRA E DIÁRIA MÉDIA

Os dados da ocupação hoteleira são gerados através do repasse de informações dos hotéis associados para o Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, não considerando a totalidade do número de UH's no município.

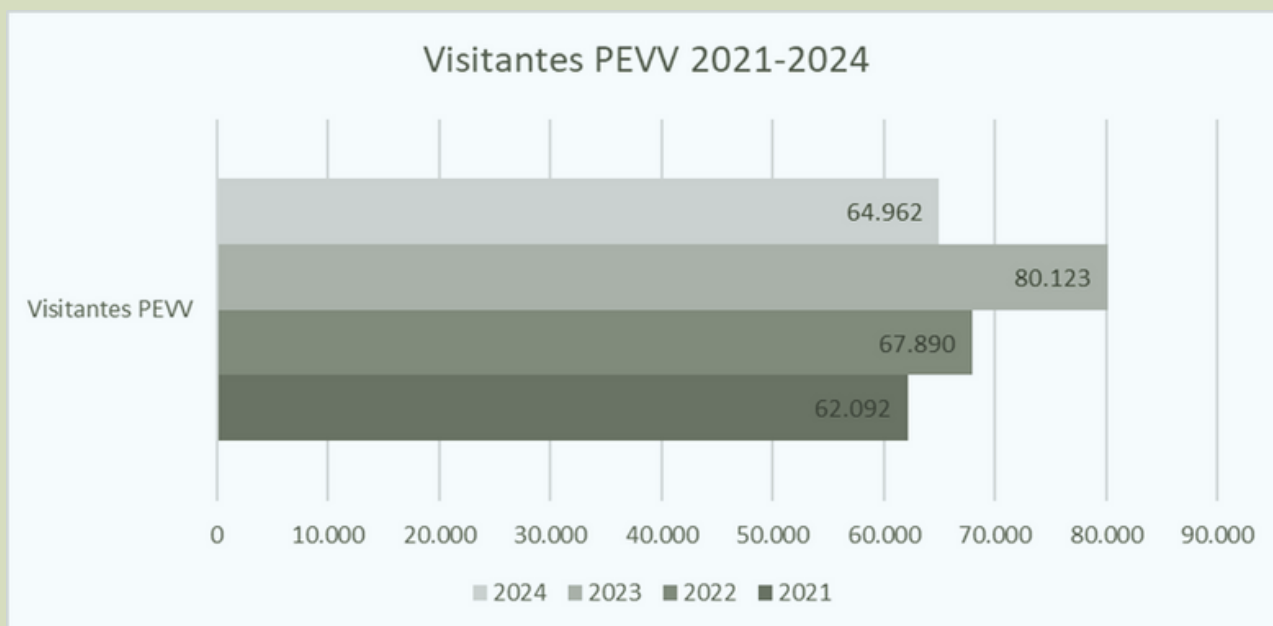


Em 2024, agosto registrou a maior diária média do ano, alcançando R\$ 330,15, além de apresentar a segunda maior taxa de ocupação, com 67,45%. Por outro lado, junho teve a menor diária média, de R\$ 260,74, com uma ocupação de 59,49%.



VISITANTES EM FOCO

O Parque de Natureza Buraco do Padre não divulgou o número de visitantes nos anos de 2021, 2022 e 2024. No entanto, no ano de 2023 contou com 77.689 visitantes e recebeu mais visitantes no mês de janeiro. Abaixo, apresenta-se a soma de visitantes do Parque Estadual de Vila Velha em 2021, 2022, 2023 e 2024 (até o mês de novembro). Neste atrativo, março e maio foram os meses com menor visitação nos anos analisados, já janeiro e julho foram os meses com maior visitação.



Origem dos visitantes*



Ponta Grossa



Curitiba e Região Metropolitana



São Paulo

* Baseado nos registros de visitantes do Parque Estadual de Vila Velha, dos anos 2023 e 2024.

Outras cidades identificadas: Londrina, Maringá, Cascavel, Guarapuava, Joinville, Blumenau, Jaraguá do Sul, Florianópolis, Pomerode, Caxias do Sul, Porto Alegre e Rio de Janeiro. Em 2024, o Parque Vila Velha recebeu 776 turistas estrangeiros.

REPRESENTATIVIDADE DO SETOR NAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Conselhos e Comissões que possuem uma cadeira da Secretaria Municipal de Turismo atualmente:

Conselho Paranaense de Turismo

Conselho Patrimônio Cultural

Conselho de Política Cultural

Conselho da Pessoa com Deficiência

Conselho da Pessoa Idosa

Conselho LGBTQIA+

Comissão Intersectorial de Educação Ambiental

Comitê Intersectorial de Saúde Mental

Conselho Gestor da Area de Proteção Ambiental da Floresta de Araucária

Conselho Municipal de Meio Ambiente

Conselho Consultivo do Parque de Vila Velha

Conselho Municipal da Juventude

Conselho do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Ponta Grossa

Ecossistema de Inovação de Ponta Grossa

Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Ponta Grossa

TURISMO E LEGISLAÇÃO: O QUE ESTÁ EM VIGOR.

Panorama das leis, decretos e instrumentos normativos que orientam ou influenciam a atividade turística no município, apoiando sua organização, promoção e desenvolvimento.

TURISMO

Programa Municipal de Incentivo ao Comércio, Turismo e Valorização de Datas Comemorativas no Município: LEI Nº 15.442, DE 23/04/2025.

"Dia Municipal dos Profissionais do Turismo": LEI Nº 15.423, DE 02/04/2025;

Comissão Intersectorial de Educação Ambiental: DECRETO Nº 23.071, DE 05/03/2024;

Programa "PORTEIRA ADENTRO", como forma de apoio e incentivo aos pequenos produtores rurais do Município: LEI Nº 15.310, DE 25/10/2024.

"Dia da Caminhada na Natureza": LEI Nº 15.150, DE 14/06/2024.

Tabela de Atividades Econômicas por Zona de Uso: DECRETO Nº 22.480 DE 27/10/2023.

Meia-entrada para ingresso nos parques naturais aos moradores do Município: LEI Nº 14.101, DE 18/11/2021.

Direito à isenção do pagamento de ingresso nos parques naturais aos professores do Município: LEI 15.090, DE 04/06/2024.

Plano de Mobilidade Urbana do Município: LEI Nº 14.311, DE 27/07/2022.

Revisão do Plano Diretor do Município: LEI Nº 14.305, DE 22/07/2022.

1 ACESSIBILIDADE

Selo acessibilidade nota 10: LEI 14.576, DE 06/04/2023;

Rota de acessibilidade em atrativos: DECRETO Nº 16.272, DE 29/07/2019;

Estatuto municipal dos direitos das pessoas com deficiência: LEI Nº 14.497, DE 28/12/2022;

Acessibilidade em brinquedos para crianças com deficiência: LEI Nº 13.082, DE 2018;

Conselho Municipal dos Direitos das Pessoas Portadoras de Deficiência: DECRETO Nº 20.290, DE 11/05/2022;

Direito ao atendimento diretamente em seu veículo, sem a necessidade de desembarque: Lei Ordinária 14469/2022;

Transtorno do Espectro Autista (TEA) na identificação de assentos preferenciais: LEI Nº 14.438, DE 27/10/2022;

Obrigatoriedade de inclusão de pessoas com deficiência nas peças publicitárias: LEI Nº 14.389, DE 22/09/2022;

2 HOSPEDAGENS E RESTAURANTES

Avaliação e hierarquização de hospedagens: DECRETO Nº 19.595, DE 09/11/2021;

Classificação do grau de risco para as atividades econômicas sujeitas à Vigilância Sanitária: DECRETO Nº 22.705, DE 13/12/2023.

Uso e ocupação do solo/ habitações transitórias: LEI Nº 14.482, DE 20/12/2022.

Segurança alimentar: LEI Nº 11.646, DE 21/01/2014.

3 CONSTRUÇÃO

Organização territorial do Município: LEI 14.532, DE 23/12/2022;

Código de obras: LEI Nº 14.522, DE 23/12/2022;

Estudo de impacto de vizinhança: LEI Nº 12.447, DE 14/03/2016.

4 PUBS, CASAS NOTURNAS E OUTROS

Regulamentação de micro cervejarias: LEI Nº 13.504, DE 19/08/2019;

Proteção à mulher em situação de risco de assédio em bares: LEI Nº 14.173, DE 04/04/2022;

Cardápio em braile: DECRETO Nº 13.597, DE 20/10/2017;

Contra a prostituição infantil: LEI Nº 11.654, DE 17/03/2014;

Zona de uso: DECRETO Nº 19.451, DE 22/09/2021.

5 FLORESTAS, PARQUES E ÁREAS NATURAIS

Política ambiental municipal: LEI Nº 11.233, DE 27/12/2012;

Infrações ao meio ambiente: DECRETO Nº 14.085, DE 20/02/2018;

Ecoturismo e Turismo Sustentável: LEI Nº 11.675, DE 12/05/2014;

Licenciamento ambiental: DECRETO Nº 10.996, DE 01/02/2016;

APA Floresta das Araucárias: LEI Nº 8473, DE 02/03/2006;

Criação de unidades de conservação: LEI Nº 4832/92;

"Programa Feira Verde Mais": DECRETO Nº 19.432, DE 14/09/2021.

6 LOJA VAREJISTA

Venda varejista de bebidas alcólicas: LEI Nº 9510, DE 20/05/2008;

Grau de risco do comércio: DECRETO Nº 17.756, DE 21/09/2020;

Tratamento favorecido para microempresas e de pequeno porte sediadas no município, nas contratações públicas: LEI Nº 12.222, DE 06/07/2015.

Conselho de Desenvolvimento Econômico: LEI Nº 13.183, DE 14/04/2018;

Direitos de Liberdade Econômica: DECRETO Nº 17.755, DE 21/09/2020;

7 ALUGUEL DE BICICLETAS, ATVS E OUTROS

Programa “vou de bike”: LEI Nº 14.252, DE 06/06/2022.

8 ESTACIONAMENTO ROTATIVO OU PRIVADO

Estacionamento rotativo: DECRETO Nº 14.439, DE 28/05/2018;

Demarcação de vagas: LEI Nº 10.372, DE 21/09/2010.

9 VENDA DE PRODUTOS NOS ESPAÇOS PÚBLICOS

Feiras noturnas e feiras gastronômicas: DECRETO Nº 10.663, DE 21/10/2015.

Comissão Permanente do Comércio Ambulante: LEI Nº 4736/92;

Uso de terminais de ônibus para centro popular de comércio e serviços: LEI Nº 10.630, DE 08/07/2011;

10 MUSEUS

Criação do Museu Municipal: DECRETO Nº 21.626 DE 21/03/2023.

11 PATRIMÔNIO CULTURAL

Plano Municipal de Cultura: LEI Nº 13.026, DE 18/12/2017;

Programa Municipal de Incentivo Fiscal à Cultura: LEI Nº 13.526, DE 13/09/2019;

Conselho Municipal de Patrimônio Cultural: DECRETO Nº 21.455, DE 13/02/2023;

Conselho Municipal de Política Cultural: DECRETO Nº 18.890, DE 22/04/2021;

Semana da Cultura Bruno e Maria Enei: LEI Nº 13.959, DE 18/05/2021;

Cadastro Municipal de Cultura: DECRETO Nº 17.419, DE 24/06/2020;

Programa Municipal de Salvaguarda de Bens Culturais: LEI Nº 13.694, DE 19/05/2020.

12 PERSPECTIVAS DE GÊNERO

Defesa dos direitos das mulheres, crianças, idosos e pessoas com deficiência, vítimas de violência doméstica e familiar: LEI Nº 14.254, DE 06/06/2022;

Campanha permanente de combate à violência: LEI Nº 10.498, DE 17/03/2011;

Selo Municipal "Empresa Amiga da Mulher Pontagrossense": LEI Nº 14.382, DE 16/09/2022;

Mapa Municipal da Violência: LEI Nº 14.407, DE 06/10/2022;

Conselho Municipal LGBT: DECRETO Nº 20.269, DE 10/05/2022.

13 OUTROS QUE SÃO CONSIDERADOS RELEVANTES

LEI de incentivo a eventos geradores de fluxo turístico: LEI nº 12.066, de 19/12/2014;

Conselho Gestor das Unidades de Conservação criadas pela Lei Municipal nº 4.832/1992: DECRETO Nº 24.798, DE 18/02/2025.

Comissão Municipal Intersetorial de Enfrentamento às Violências contra Crianças e Adolescentes: DECRETO Nº 21.827 DE 08/05/2023.

Programa "Ruas de Lazer", destinado a viabilização de atividades de lazer, cultura e esportivas em vias públicas urbanas: LEI nº 14.549 de 01/04/2023.

Plano de Mobilidade Urbana: LEI nº 14.311, de 27/07/2022;

Instalação de fraldários: LEI nº 14.441, de 04/11/2022;

Combate ao racismo: LEI nº 13.819, de 07/10/2020;

Combate a pedofilia: LEI nº 12.093, de 25/03/2015;

Conselho Municipal de Promoção da Igualdade Racial: DECRETO nº 15.970, de 14/05/2019;

METODOLOGIA DAS OFICINAS PARTICIPATIVAS

A elaboração das oficinas participativas para a elaboração do Plano Municipal de Turismo é fruto de uma parceria entre a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e o Sebrae Paraná (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), desenvolvida a partir de um processo participativo. A metodologia foi acordada com base nas etapas e atividades:

1.

Alinhamento:

Reuniões técnicas entre representantes da Secretaria Municipal de Turismo – Setur e do Sebrae com foco na estruturação, alinhamentos, análises e outras ações relativas ao desenvolvimento do Plano.

2.

Oficinas:

Oficinas participativas para a composição das bases do Plano Municipal de Turismo (dias 7 e 20 de maio de 2024), com a análise de três contextos: Serviços turísticos, Oferta turística e Infraestrutura.

3.

Revisão de resultados:

Apresentação dos resultados das oficinas para o Conselho Municipal de Turismo, e discussão sobre perspectivas para o turismo de Ponta Grossa até 2035 (21 de outubro de 2024).

4.

Estruturação:

Elaboração do relatório técnico, com foco na identificação das principais necessidades do setor e no mapeamento dos desafios que demandam atenção no planejamento e na gestão do turismo local.

5.

Plano Municipal

Posteriormente, a Secretaria Municipal de Turismo construiu o presente documento que associa as informações obtidas nas oficinas à realidade do Destino, com base em documentos e informações internas e externas.

INSTITUIÇÕES QUE PARTICIPARAM DAS OFICINAS DO PLANO MUNICIPAL

ABRAJET - Associação Brasileira dos Jornalistas de Turismo
ACIPG - Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa.
ADETUR - Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais.
Aracê Turismo.
Associação Varal das Mina.
ASSOARP - Associação de Artesanato Regional de Ponta Grossa.
ASTRIP - Associação de Turismo Rural de Itaiacoca.
Ateliê Maison Rique Artes, Artesanatos e Cursos.
Cachoeira da Mariquinha.
Casa Do Artesão Ponta Grossa.
Furnas do Passo do Pupo.
Hotel Planalto.
Liga Independente de Guias de Turismo do Paraná.
Luds Comfort Hotel.
Lumen Café e Gastronomia Ltda.
Odette Excursões, Viagens e Turismo.
Parque de Natureza Buraco do Padre.
Parque Vila Velha.
Pont'artess - Associação dos Artesãos da Região dos Campos Gerais.
Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau.
Portal dos Campos.
Prefeitura Municipal de Ponta Grossa.
Refúgio das Curucacas.
Reserva Dois Planaltos.
SEBRAE - serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SESC Estação Saudade.
SENAC Ponta Grossa.
Sustentare Brasil Turismo.
Unidade Cultural do Ponto Azul.
Universidade Estadual De Ponta Grossa.
Vila Coruja Festas.

LEITURA ESTRATÉGICA DOS RESULTADOS DAS OFICINAS

A Análise *SWOT* é uma ferramenta estratégica amplamente utilizada para auxiliar no entendimento aprofundado de determinado setor, contexto ou organização. No âmbito do Plano Municipal de Turismo, ela se mostra especialmente útil como instrumento de diagnóstico, permitindo identificar com clareza os fatores que impactam o desenvolvimento da atividade turística local.

A sigla *SWOT* tem origem no inglês: *Strengths* (pontos fortes), *Weaknesses* (pontos fracos), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças).

A seguir, apresentam-se os resultados das análises *SWOT*, organizadas por eixos temáticos e realizadas com base nas discussões das oficinas participativas.

		FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
INFRAESTRUTURA	FATORES EXTERNOS	Possibilidade de ampliação dos investimentos em infraestrutura turística, por meio de novos editais ou parcerias estratégicas. Avanço de tecnologias inteligentes para gestão urbana e turística, como apps de mobilidade, informações integradas e indicadores em tempo real. Adoção de padrões internacionais de acessibilidade, ampliando o público-alvo do destino. Incentivo de políticas públicas voltadas à formação profissional e à qualificação técnica. Oportunidade de integração com iniciativas estaduais e federais de sustentabilidade e cidades inteligentes. Maior engajamento da população e do setor privado em projetos de responsabilidade ambiental e gestão de resíduos.	A falta de investimentos continuados pode comprometer a manutenção da infraestrutura existente. Crescimento desordenado de eventos e do fluxo turístico pode gerar impactos ambientais se não houver controle de resíduos e capacidade de carga. A defasagem tecnológica em determinadas áreas pode limitar o avanço rumo a um Destino Turístico Inteligente. A ausência de integração entre mobilidade urbana e turismo pode manter gargalos no acesso a atrativos. Concorrência com destinos mais estruturados em termos de acessibilidade, mobilidade e tecnologia. A percepção de insegurança pode afetar negativamente a escolha do destino por visitantes e operadores.

		FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
INFRAESTRUTURA	FATORES INTERNOS	Existência de incentivos para investimentos no setor turístico, fomentando o desenvolvimento local. Adoção de práticas voltadas à sustentabilidade e economia circular, alinhadas com as diretrizes contemporâneas de turismo responsável. Disponibilidade de acesso gratuito à internet em determinados pontos da cidade, o que facilita a experiência do visitante. Uso de QR Codes nos atrativos turísticos, promovendo acessibilidade digital e informações autoguiadas. Estímulo a parcerias público-privadas (PPPs) para desenvolvimento de infraestrutura turística. Proximidade com Curitiba, importante capital e polo emissor de turistas, favorecendo o acesso. Limpeza urbana em bom estado em diversas áreas da cidade, contribuindo para a imagem do destino. Operação de usina termelétrica municipal, gerando energia limpa e reforçando o compromisso com a sustentabilidade.	Manutenção das estradas, especialmente as rurais. Falta de estrutura nos acessos aos atrativos rurais. Carência de sinalização adequada de paradas turísticas, incluindo indicação de paradas de ônibus em pontos estratégicos. Transporte público insuficiente ou inadequado para atender à demanda turística. Deficiência na estrutura dos espaços públicos, especialmente na oferta de serviços sanitários. Segurança pública ainda percebida como insuficiente, especialmente em áreas com fluxo turístico. Baixa acessibilidade nos espaços turísticos e urbanos para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Tecnologia e conectividade ainda frágeis em determinadas áreas, comprometendo a experiência digital. Ausência ou precariedade de painéis interpretativos e sinalização informativa nos atrativos. Limpeza pública do centro urbano requer melhorias, especialmente em horários de maior fluxo. Falta de gestão adequada de resíduos gerados em eventos, desde o armazenamento até o descarte final.

		FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
SERVIÇOS TURÍSTICOS	FATORES INTERNOS	Diversidade de opções de entretenimento. Atrativos naturais reestruturados. Realização de eventos culturais. Oferta diversificada e de bom padrão na hospedagem. Variedade de alimentos e bebidas disponíveis. Boa quantidade de guias turísticos formados.	Estabelecimentos de alimentos e bebidas pouco explorados como espaços de entretenimento. Oferta limitada de pousadas, hostels e hospedagens com piscina. Poucas opções para o público jovem e para pessoas com necessidades específicas. Opções de entretenimento escassas em dias de chuva. Falta de capacitação para inclusão e acessibilidade. Dificuldade de acesso a contatos de guias. Comunicação e informação turística ainda deficitárias.
	FATORES EXTERNOS	Crescimento da demanda por turismo acessível e inclusivo. Possibilidade de articulação com o aeroporto para ampliação da malha aérea e rotas. Melhoria da conectividade rural (telefonia e internet) por meio de programas públicos e privados. Uso de tecnologia e canais digitais para promover e facilitar o acesso a informações turísticas. Incentivos estaduais/federais para formalização e capacitação de pequenos negócios turísticos.	Percepção de alto custo x benefício nos serviços de hospedagem e de atrativos turísticos. Baixa frequência e diversidade de destinos ofertados no aeroporto. Falta de transporte público ou turístico adequado até atrativos naturais. Sinal fraco de telefonia e internet em áreas rurais, afetando a experiência do turista. Fiscalização deficitária das políticas públicas relacionadas ao setor turístico. Mercado regional com pouca absorção de mão de obra qualificada, como os guias turísticos. Empreendedores que não se reconhecem como parte do setor turístico.

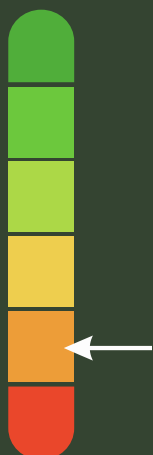
		FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
OFERTA TURÍSTICA	FATORES INTERNOS	Presença de atrativos turísticos consolidados, incluindo indutores nacionais. Produtos turísticos estruturados e bem posicionados na região. Ótima experiência do visitante em atrativos como Vila Velha e Buraco do Padre. Atrativos naturais com gestão de risco implantada. Uso de tecnologia de ponta no setor turístico. Programação cultural diversificada e com atrações consolidadas. Artesanato local fortalecido, agregando identidade cultural à experiência turística. Produtos associados ao turismo com bom nível de qualificação.	Acesso precário a alguns atrativos naturais e culturais. Carência de opções de atrativos noturnos e de alternativas em dias chuvosos. Falta de atrativos culturais abertos nos fins de semana, comprometendo a experiência em determinados períodos. Divulgações ainda tímidas frente ao potencial da cidade. Especialização da mão de obra turística ainda insuficiente. Inovação nos produtos turísticos ainda pouco explorada. Turismo religioso presente, porém pouco desenvolvido e integrado à oferta principal.
	FATORES EXTERNOS	Potencial de divulgação turística em níveis estadual e nacional. Riqueza em geodiversidade e biodiversidade, com potencial para ecoturismo e turismo científico. Existência de lei de incentivo a eventos culturais e turísticos. Localização geográfica estratégica, com fácil acesso a partir de outros polos urbanos. Ampliação de parcerias e redes colaborativas para fortalecer a governança do turismo. Políticas públicas de fomento à qualificação profissional no setor. Inserção do município em redes de Cidades Inovadoras e Destinos Turísticos Inteligentes.	Necessidade de maior articulação e união entre os atores do setor turístico. Existência de atrativos não formalizados e, portanto, fora da rota oficial do turismo. Concorrência com destinos já consolidados em produtos específicos. Falta de articulação do setor pode limitar o aproveitamento de tecnologias e inovações disponíveis. Riscos de descontinuidade nas políticas públicas e incentivos. Subutilização de leis e instrumentos de fomento já existentes.

A VISÃO DO TRADE

O que a discussão das oficinas revelou sobre o Turismo local.



O destino se destaca por seus atrativos consolidados e bem estruturados, aliados à rica geodiversidade, biodiversidade e experiências turísticas altamente avaliadas. A oferta de serviços, como hospedagem e gastronomia, é diversa e de qualidade. Iniciativas de inovação tecnológica — como a instalação de QR codes em atrativos e internet gratuita em espaços públicos — também se sobressaem. Soma-se a isso a existência de políticas de incentivo a eventos e parcerias público-privadas, que fortalecem o ambiente de investimentos no setor turístico.



Apesar dos avanços, ainda existem fragilidades significativas. A infraestrutura de acesso aos atrativos, especialmente nas áreas rurais, é limitada, com deficiências em sinalização, transporte público e instalações sanitárias adequadas. A mobilidade urbana não contempla as necessidades do turismo, o que dificulta a locomoção dos visitantes. Além disso, há escassez de opções de lazer para dias chuvosos, atividades noturnas e ações voltadas à acessibilidade, inclusão e atendimento a públicos específicos.



A partir desse diagnóstico, torna-se evidente que o município possui um conjunto robusto de recursos e iniciativas já em andamento, mas precisa investir na qualificação, integração e infraestrutura para que o turismo se consolide como uma atividade econômica sustentável, acessível e inteligente.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

Diretrizes estratégicas são orientações amplas que definem os caminhos e prioridades que devem ser seguidos para alcançar os objetivos de um plano. Elas servem como base para decisões, ações e políticas, garantindo que tudo esteja alinhado à visão e missão do projeto ou organização.

01

Governança e
Gestão do
Turismo.

02

Tecnologia.

03

Qualificação e
Inovação.

04

Acessibilidade.

05

Criatividade.

06

Sustentabilidade.

07

Segurança.

08

Mobilidade e
Transporte.

09

Promoção de
Marketing.

METAS DO PLANO MUNICIPAL

Este plano objetiva valorizar e diversificar os produtos e atrativos turísticos locais, além de promover a sustentabilidade ambiental, econômica e sociocultural no turismo. Com isso, apresentam-se algumas metas que representam a visão estratégica do plano:



	2024	2035
	DADOS ATUAIS	RESULTADOS ESPERADOS
Aumentar a diversificação e ocupação hoteleira do município.	52%	85%
Aumentar as empresas cadastradas no CADASTUR	294	500
Aumentar o faturamento do setor (Agências de Turismo, Feiras, Shows e Hospedagens).	R\$ 103 M	R\$ 200 M
Aumentar o fluxo de visitantes dos atrativos turísticos.	64.962	130.000

PLANO DE AÇÃO

Nesta seção, apresentam-se as ações previstas. Estas ações estão dispostas de acordo com os eixos estratégicos definidos pelo Ministério do Turismo para a transformação de municípios em **Destinos Turísticos Inteligentes**.

01

EIXO DE GOVERNANÇA E GESTÃO DO TURISMO.

Meta: Fortalecer a governança turística e a articulação entre os setores

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Atualizar marcos legais de fomento	Revisar a Lei de Incentivo a Eventos e aumentar a capacidade de fomento desta legislação.	Procuradoria Jurídica; COMTUR.	Médio Prazo	Nova proposta de lei apresentada;	Envolver produtores, incentivadores e trade turístico.
	Implementar políticas públicas de fomento às demais atividades turísticas.	Secretaria da Fazenda.		Projetos e propostas protocoladas.	Estudar incentivos fiscais para empreendedores locais.
Estruturar o quadro de recursos humanos	Estudar a consolidação de cargos públicos efetivos do setor, com Turismólogos efetivos na pasta.	Secretaria de Administração e Recursos Humanos.	Curto Prazo	Estudo técnico concluído; Concursos públicos.	Considerar novas atribuições e necessidades da Secretaria.
Promover integração regional	Estimular a integração regional de produtos turísticos.	ADETUR; Secretaria Estadual de Turismo.	Curto Prazo	Projetos intermunicipais implementados	Induzir o turismo, atrair turistas e gerar um efeito dominó no desenvolvimento turístico de municípios vizinhos.

EIXO DE GOVERNANÇA E GESTÃO DO TURISMO.

Meta: Fortalecer a governança turística e a articulação entre os setores

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicadores de Sucesso	Observações
Fortalecer a gestão da Informação Turística	Atualizar o inventário de atrações turísticas e fornecedores semestralmente.	COMTUR; UEPG.	Curto Prazo	Inventário atualizado e publicado.	Realizar em parceria com universidades ou instituições técnicas.
	Agregar outras metodologias e fontes de dados no Observatório Municipal.			Ações orientadas por relatórios documentados.	Os dados obtidos devem embasar decisões e políticas públicas.
	Utilizar os dados obtidos no Observatório Municipal			Inclusão de novas fontes de dados	
Aprimorar a articulação entre secretarias	Pactuar o fluxo de informações entre secretarias, para aprimorar o Observatório Turístico Municipal, os eventos realizados no município e os projetos e programas turísticos municipais.	Gabinete da Prefeita; Procuradoria Jurídica.	Médio Prazo	Protocolo intersetorial definido e implementado.	Pode envolver reuniões periódicas e um documento formal.
Governança e Gestão do Turismo	Fortalecer a articulação entre os setores	COMTUR	Curto Prazo	Participação ativa dos membros do COMTUR; Número de reuniões realizadas.	Garantir a participação de todas as partes interessadas

EIXO DE TECNOLOGIA.

Meta: infraestrutura tecnológica e sistemas digitais integrados.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Expandir o acesso gratuito à internet	Ampliar o número de locais de disponibilidade da “PG Conectada”	Departamento de Tecnologia da Informação e Comunicação da Prefeitura.	Longo Prazo	Número de novos pontos instalados	Priorizar áreas turísticas e espaços públicos estratégicos
Garantir segurança e gestão eficiente de dados	Realizar backup regular de dados nas plataformas, com coleta, armazenamento ou exclusão segura	Departamento de Tecnologia da Informação e Comunicação da Prefeitura.	Longo Prazo	Procedimentos documentados e backups auditáveis	Alinhar com LGPD e boas práticas de governança digital
Conhecer o perfil dos visitantes e a experiência de visitação	Realizar pesquisas de visitantes com características de consumo	Departamento de Comunicação e Marketing Institucional; UEPG.	Curto Prazo	Relatórios de pesquisa produzidos	Utilizar dados para orientar ações promocionais e de qualificação
Monitorar a imagem do destino	Realizar análise de reputação em mídias sociais e plataformas de turismo	Departamento de Comunicação e Marketing Institucional; UEPG.	Curto Prazo	Relatórios de monitoramento gerados	Ações corretivas e promocionais podem ser baseadas nessa análise
Viabilizar comercialização de produtos turísticos	Fomentar a presença online de atrativos e experiências	Departamento de Comunicação; ADETUR; SEBRAE; Convention.	Curto prazo	Acordos de parceria firmados; Digitalização das empresas turísticas.	Encontrar parceiros que viabilizem uma plataforma de vendas online

EIXO DE TECNOLOGIA.

Meta: infraestrutura tecnológica e sistemas digitais integrados.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Mapear impacto econômico do turismo	Saber com mais precisão quantos empregos o turismo gera	Secretaria Municipal de Fazenda; Secretaria Estadual de Turismo; Sindicato Empresarial de Hotelaria e Gastronomia dos Campos Gerais; Convention.	Curto Prazo	Estudo técnico concluído	Pode incluir dados do CAGED, RAIS, e parcerias com entidades de classe.
Integrar conhecimento técnico-científico	Criar uma base de conhecimento DTI para colaboração entre secretarias e universidades	Departamento de Tecnologia da Informação e Comunicação da Prefeitura; UEPG.	Longo Prazo	Plataforma criada e acessos registrados	Compartilhamento de boas práticas, dados e estudos aplicados.
Manter um sistema informacional ativo e atualizado	Criar um sistema de informação com alimentação constante de dados turísticos	Departamento de Tecnologia da Informação e Comunicação da Prefeitura; UEPG.	Médio Prazo	Sistema funcional e atualizado periodicamente	Pode ser integrado ao site do destino ou a plataformas específicas.
Facilitar processos administrativos relacionados ao turismo	Unificar ou facilitar o sistema da prefeitura quanto aos alvarás de abertura de empresas e eventos	Departamento de Tecnologia da Informação e Comunicação da Prefeitura; Procuradoria Geral do Município.	Longo Prazo	Número de eventos e empresas no município atualizados com facilidade.	Integração entre secretarias e digitalização dos processos.

EIXO DE QUALIFICAÇÃO E INOVAÇÃO.

Meta: Desenvolver competências e estimular a inovação no turismo.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Estimular a inovação no setor turístico e fortalecer o ambiente técnico-científico.	Promover um Hackatour para novas ideias de inovação em turismo do Município.	UEPG; UTFPR; Agência de Inovação; SEBRAE.	Curto Prazo	Evento realizado com participação ativa.	Resultados podem gerar novos projetos e soluções.
	Oportunizar e ampliar os encontros técnicos-científicos no município			Número de eventos realizados por ano.	Envolver instituições de ensino e pesquisa.
Ampliar a qualificação de atores locais	Divulgar cursos promovidos pelos parceiros.	SENAC;	Médio Prazo	Número de pessoas inscritas nos cursos, oficinas e workshops.	Pode incluir cursos de atendimento, acessibilidade, hospitalidade, serviços, inovação, entre outros.
	Capacitar os servidores municipais. Trabalhar com a Secretaria de Indústria, Comércio e Qualificação Profissional a qualificação direta para turismo.	Ministério do Turismo; ADETUR; SEBRAE; SMICQP;			
Sensibilizar a população para o turismo	Realizar campanhas de sensibilização	Diretoria de Turismo / Comunicação	Médio Prazo	Campanhas executadas e alcance medido.	Utilizar mídias locais e redes sociais

EIXO DE QUALIFICAÇÃO E INOVAÇÃO.

Meta: Desenvolver competências e estimular a inovação no turismo.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Aumentar o apelo turístico do destino	Potencializar a atratividade (roteirização, inovação, integração, parcerias). Planejamento com vistas à atenuação da sazonalidade.	Departamento de Turismo / Planejamento	Curto Prazo	Projetos de roteirização e parcerias firmadas. Estratégias definidas e aplicadas	Associar à identidade local e à diversidade de experiências. Pode envolver eventos em baixa temporada, experiências específicas, entre outros.
Explorar novos nichos e segmentos	Analisar a possibilidade de atração de segmentos como turismo de estudos, saúde, bleisure, regenerativo, entre outros.	UTFPR; Atrativos Turísticos; UEPG.	Médio Prazo	Estudo técnico concluído e oportunidades mapeadas	Pode gerar novos produtos turísticos e público-alvo
Integrar a gastronomia a outros segmentos	Aprofundar a oportunidade de turismo gastronômico associado a outros segmentos. Estimular a criação de Centros de Gastronomia. Estimular a parceria entre empreendedores do setor para criação de novos produtos.	SENAC; SEBRAE; ABRASEL.	Médio Prazo	Projetos desenvolvidos e roteiros lançados	Associar com turismo cultural, rural, de experiência

EIXO DE ACESSIBILIDADE.

Meta: Promover a inclusão e a acessibilidade no destino turístico.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Integrar Ponta Grossa ao sistema nacional de acessibilidade turística	Inserir o destino no Programa Turismo Acessível;	Ministério do Turismo.	Curto Prazo	Cadastro ativo no site do Ministério do Turismo com dados atualizados	Alinhar com demais políticas de acessibilidade
Fortalecer a infraestrutura de atendimento ao turista com foco em acessibilidade	Analisar a reativação de um Centro de Informações Turísticas com acessibilidade	Rodoviária Municipal; Atrativos Turísticos; Agências de Receptivo; Guias de Turismo; Hospedagens. UEPG; Agência de Inovação; Secretaria de Fazenda.	Curto Prazo	Número de visitantes atendidos no CIT.	Avaliar custo-benefício e parcerias possíveis
Garantir a acessibilidade nos serviços e espaços turísticos do destino	Verificar as condições de acessibilidade universal em locais com interesse turístico e de uso público.	IPLAN.	Longo Prazo	Documento elaborado com apontamentos técnicos e propostas de melhorias	Possibilita alinhamento com políticas públicas de inclusão

EIXO DE ACESSIBILIDADE.

Meta: Promover a inclusão e a acessibilidade no destino turístico.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Diagnosticar as condições de acessibilidade urbana e turística	Verificar as condições de acessibilidade universal em meios de transporte e redigir um documento técnico	Departamento de Transportes da Prefeitura; Aeroporto Municipal; Rodoviária Municipal;	Curto Prazo	Documento técnico finalizado e validado	Base para planos de acessibilidade urbana
Incentivar a oferta de hospedagens acessíveis e inclusivas	Criar incentivo à implementação de equipamentos de hospedagem diversificados e acessíveis	Secretaria de Fazenda	Longo Prazo	Número de empreendimentos que aderiram aos incentivos	Pode estar vinculado à revisão da Lei de Incentivo a Eventos
Tornar a oferta turística mais inclusiva	Promover diversificação de públicos, necessidades, períodos, climas, entre outros aspectos identificados neste plano.	Atrativos Turísticos; Meios de Hospedagem; Agências de receptivo.	Longo Prazo	Roteiros e produtos adaptados desenvolvidos	Envolver análise de acessibilidade e inclusão social

EIXO DE CRIATIVIDADE.

Meta: Fortalecer a economia criativa ligada ao turismo.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Valorizar e ampliar a visibilidade das iniciativas criativas locais	Realizar mais ações de divulgação dos resultados e inserção de projetos ligados ao turismo nos programas de fomento municipais, como o “LAB” e “PROMIFIC”	Secretaria de Cultura; Agência de Inovação;	Curto prazo	Aumento de acessos e engajamento nas edições	Pode incluir vídeos, relatórios e eventos de apresentação dos resultados
Estimular a continuidade de práticas inovadoras no território	Dar continuidade ao projeto “SOU PG”, que visa capacitações para artesãos e criativos para a criação de souvenirs.	Secretaria de ICQP; Agência de Inovação.	Médio Prazo	Manutenção ou expansão das edições do projeto	Fazer pesquisas para saber quais as necessidades dos participantes de cada edição.
Promover a cultura da criatividade no turismo local	Elaborar novos projetos que promovam a criatividade no destino, como Hackatours, Fóruns e Concursos Culturais.	UEPG; Secretaria de Cultura.	Longo Prazo	Número de novos projetos apresentados ou executados	Estimular participação de jovens e agentes culturais
Fortalecer a economia criativa ligada ao turismo	Oportunizar a expansão da demanda de projetos para guias de turismo e produtores rurais.	Secretaria de Agricultura; Secretaria de Meio Ambiente; Cursos Técnicos. SENAC.	Longo Prazo	Ações que promovam o aumento na geração de renda e visibilidade dos profissionais	Pode ser integrado a eventos, feiras e roteiros turísticos.

EIXO DE SUSTENTABILIDADE.

Meta: Valorizar práticas de responsabilidade social, econômica e ambiental no turismo.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Valorizar práticas de equidade no turismo	Inserir a temática do turismo em projetos como o “Dona de Mim”, que incentiva mulheres vítimas de violência doméstica ao ato de empreender.	Secretaria da Família. Agência de Inovação.	Curto Prazo	Relatório divulgado e número de entidades engajadas	Pode ser apresentado em eventos e redes institucionais
Reconhecer empresas comprometidas com responsabilidade social	Apontar os resultados do Selo “Empresa Amiga da Mulher Pontagrossense” e designar o Selo Social a empresas turísticas	Secretaria da Família.	Médio Prazo	Número de empresas turísticas com selo concedido	Incentivo à adesão por meio de campanhas públicas
Preservar e promover o patrimônio cultural	Divulgar leis de proteção patrimonial e seus benefícios e evidenciar ações do COMPAC	COMPAC Secretaria de Cultura.	Curto Prazo	Número de ações de divulgação	Pode incluir campanhas informativas
Conscientizar sobre a importância ambiental no turismo	Campanhas de conscientização e proteção ao patrimônio e ao meio ambiente	Secretaria de Meio Ambiente. Secretaria de Educação. Secretaria de Cultura.	Curto Prazo	Participação nas campanhas e alcance de público	Articular com escolas municipais
Ampliar captação de recursos ambientais	Verificar a utilização de mecanismos como o ICMS Ecológico	Secretaria de Meio Ambiente.	Longo Prazo	Recursos captados por meio do ICMS e projetos financiados	Incluir no planejamento orçamentário anual

EIXO DE SUSTENTABILIDADE.

Meta: Valorizar práticas de responsabilidade social, econômica e ambiental no turismo.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Integrar o turismo às políticas ambientais municipais	Alinhar o Plano de Educação Ambiental com as partes interessadas do DTI	Secretaria de Meio Ambiente. COMTUR.	Médio Prazo	Ações integradas entre turismo e meio ambiente	Realizar oficinas e reuniões explicativas.
Disseminar práticas de sustentabilidade energética e ambiental	Maior utilização da Usina de Biogás/Selo Verde	Secretaria de Meio Ambiente	Curto Prazo	Número de oficinas e participantes capacitados	Fortalecer a percepção ambiental do destino
Fomentar a economia local sustentável	Campanhas de incentivo à comercialização de produtos locais	Secretaria ICQP. Secretaria de Agricultura. IDR.	Curto Prazo	Oficinas para desenvolvimento de produtos rurais.	Cartilha pode ser física ou digital.
Tornar o turismo mais benéfico à comunidade local	Implementar benefícios para moradores (ex: acesso gratuito, prioridade em eventos, etc.)	Secretaria de Fazenda.	Longo Prazo	Programas implantados	Envolver os moradores no planejamento turístico
Reduzir os impactos negativos dos eventos	Aplicar estudo de impacto de vizinhança e PGRS para eventos turísticos	Secretaria de Meio Ambiente.	Curto Prazo	Número de eventos com estudos realizados	Criar diretrizes permanentes para eventos sustentáveis

EIXO DE SEGURANÇA.

Meta: Integrar a segurança pública ao sistema de gestão do destino.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Promover políticas de prevenção à violência contra turistas	Conhecer ocorrências e motivações dos atendimentos de turistas na rede pública de saúde	Secretaria de Saúde.	Médio prazo	Relatório ou diagnóstico elaborado e publicado	Base para ações preventivas no setor
Promover medidas preventivas à criminalidade turística	Identificar características dos crimes contra turistas no DTI	Secretaria de Segurança.	Médio prazo	Diagnóstico elaborado e plano de ação criado	Comunicar ao COMTUR, aos serviços e aos atrativos turísticos, a fim de conscientizar o trade.
Reforçar a regularização de prestadores de serviços turísticos	Conscientizar empresários sobre a importância da documentação adequada	COMTUR.	Curto prazo	Número de empresas regularizadas após campanha	Ação de impacto para a formalização do setor
Reconhecer e regulamentar profissionais específicos	Averiguar a criação de lei municipal para monitores e condutores locais	Procuradoria Jurídica. Câmara Municipal.	Longo Prazo	Projeto de lei apresentado e, se possível, aprovado	Avanço importante para segurança e qualidade na experiência do visitante

EIXO DE SEGURANÇA.

Meta: Integrar a segurança pública ao sistema de gestão do destino.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Integrar a segurança pública ao sistema de gestão do destino	Integrar o projeto Metropolys da Secretaria de Segurança e registrar possibilidades estratégicas, como contagem de visitantes, segurança do turista, entre outros.	Secretaria de Segurança.	Médio Prazo	Acesso formalizado e relatório de estratégias gerado	Ação inicial para estruturação da segurança turística
Utilizar dados do Metropolys para gestão do fluxo turístico	Ampliar o projeto para mensurar a capacidade de carga dos atrativos por câmeras de segurança	Secretaria de Segurança.	Médio prazo	Atrativos monitorados e capacidade definida	Pode contribuir para a sustentabilidade e do uso dos atrativos
Fortalecer a segurança sanitária do destino	Realizar capacitações sobre segurança sanitária para agentes internos e externos	Secretaria de Saúde. Vigilância Sanitária. SENAC.	Curto Prazo	Número de capacitações realizadas e público alcançado	Priorizar setores com maior contato com turistas

EIXO DE MOBILIDADE E TRANSPORTE.

Meta: Garantir infraestrutura de acesso aos atrativos.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Promover a integração do ordenamento territorial com o turismo	Propor nova normativa de uso do solo e zoneamento para o turismo	IPLAN.	Longo Prazo	Proposta normativa elaborada e submetida	Favorecer a descentralização do turismo
Melhorar a conectividade intermunicipal	Fortalecer rede rodoviária e aérea com regiões emissoras de turistas	Secretaria de Estado. Secretaria de ICQP.	Longo Prazo	Parcerias e rotas viabilizadas	Requer articulação multiescalar
Estimular o uso de modais sustentáveis	Aumentar eventos e incentivos para uso de bicicletas e outros transportes sustentáveis	Secretaria de Meio Ambiente Secretaria de Infraestrutura e Planejamento.	Médio Prazo	Número de eventos realizados e público participante	Contribui para imagem de destino sustentável
Melhorar o transporte interno aos atrativos	Analisar implantação de novas linhas de transporte diferenciadas para atrativos turísticos Analisar inclusão de mais horários de transporte para Itaiacoca	Secretaria de Infraestrutura e Planejamento.	Longo Prazo	Estudos finalizados e proposta elaborada	Especial atenção a zonas rurais
Garantir infraestrutura de acesso aos atrativos	Analisar implantação de pontos de parada de ônibus em atrativos	Secretaria de Infraestrutura e Planejamento.	Curto Prazo	Locais mapeados e soluções propostas	Complementa ações de sinalização turística

EIXO DE PROMOÇÃO E MARKETING.

Meta: Fortalecer a identidade e imagem do destino.

● Curto prazo: até 2 anos. ● Médio prazo: de 2 a 5 anos. ● Longo prazo: de 5 a 10 anos.

Objetivo Estratégico	Ação	Apoiadores	Prazo	Indicador de Sucesso	Observações
Fortalecer a identidade e imagem do destino	Ampliar o alcance da marca “Ponta Grossa Turística”	COMTUR. Secretaria de Turismo do Estado.	Médio Prazo	Aumento da visibilidade da marca e uso em materiais	Pode integrar ações do Plano de Marketing
Estruturar e consolidar a comunicação institucional do turismo	Ampliar a divulgação das atividades por meio de calendário único de eventos da Prefeitura	Prefeitura Municipal.	Curto prazo	Calendário ativo, atualizado e acessível online	Favorece integração intersecretarial
Promover maior engajamento digital	Aumentar as publicações nas redes sociais	Departamento de Comunicação e Marketing.	Curto prazo	Frequência de postagens e alcance das publicações	Incluir conteúdos diversificados e públicos segmentados
Qualificar estratégias promocionais	Elaborar e implementar o Plano de Marketing Turístico e estudo de marca	SEBRAE.	Médio Prazo	Documento finalizado e em aplicação	Documento-guia para ações integradas de promoção
Posicionar o destino como referência regional	Fomentar o destino turístico Ponta Grossa como case de benchmarking Fomentar benchmarking de boas práticas de promoção turística para outros municípios.	ADETUR. SEBRAE.	Longo Prazo	Apresentações realizadas, convites recebidos	Inserir o destino em eventos e fóruns especializados

ANEXO I – MATRIZ DE ANÁLISE DE COMPETÊNCIAS DE RECURSOS HUMANOS

Essa matriz relaciona os cargos existentes, os ocupantes (ou perfis desejáveis) e as competências exigidas para cada função.

Cargo/Função	Perfil/Ocupante (ou Requisitos)	Competências Técnicas	Competências Comportamentais
Secretário Municipal de Turismo	Formação superior na área	Planejamento estratégico, gestão pública, articulação institucional	Liderança, visão sistêmica, comunicação política
Assessoria de Gabinete	Formação superior, com experiência em suporte técnico e político	Redação oficial, organização de agenda, gestão documental	Descrição, agilidade, organização
Diretor(a) do Departamento Administrativo	Formação em Administração, Gestão Pública ou similar	Orçamento, compras públicas, controle de pessoal, suprimentos	Rigor técnico, ética, delegação eficaz
Diretor(a) do Departamento de Turismo	Formação em Turismo, Geografia ou áreas correlatas	Planejamento turístico, pesquisa de campo, roteirização	Liderança de equipe, criatividade, análise crítica
Diretor(a) de Marketing, Comunicação e Eventos	Formação em Comunicação, Turismo, Eventos	Planejamento de eventos, marketing turístico, mídias sociais	Comunicação assertiva, trabalho em equipe
Diretor(a) do Centro de Eventos	Formação em Gestão de Eventos, Administração ou afins	Gestão de espaços públicos, logística, operação de eventos	Proatividade, senso de responsabilidade
Diretor(a) de Planejamento e Projetos	Formação em Planejamento, Turismo, Gestão Pública	Captação de recursos, elaboração de projetos, editais	Articulação intersetorial, escrita técnica
Técnicos Administrativos	Ensino médio ou técnico completo (preferência com experiência)	Atendimento ao público, processos administrativos	Organização, pontualidade, clareza
Agentes de Manutenção I e III	Ensino fundamental ou médio, experiência em manutenção	Limpeza, conservação, apoio operacional	Cuidado com o espaço público, disciplina, disposição

ANEXO II – MATRIZ DE FUNÇÕES, RESPONSABILIDADES E AUTORIDADES POR UNIDADE

Essa matriz relaciona os cargos existentes com as funções e responsabilidades.

Unidade/Departamento	Funções Principais	Responsabilidades	Autoridade para...
Secretaria de Turismo (Gabinete)	Coordenação geral da política municipal de turismo	Tomar decisões estratégicas, representar a secretaria	Firmar convênios, definir metas e aprovar planos
Assessoria de Gabinete	Apoio à gestão, articulação política, controle de agendas e documentos	Manter o fluxo de comunicação e suporte administrativo	Organizar agendas e apoiar decisões executivas
Depto. Administrativo	Gestão de recursos humanos, financeiros, suprimentos	Controlar orçamento, compras, pessoal	Autorizar compras, propor planejamento orçamentário
Depto. de Turismo	Planejamento e execução de políticas e ações do turismo	Desenvolver produtos turísticos, coordenar ações estratégicas	Definir prioridades técnicas, delegar à equipe
Depto. de Marketing, Comunicação e Eventos	Divulgação turística, organização de eventos, promoção do destino	Planejar calendário, executar ações promocionais	Validar campanhas, propor investimentos em comunicação
Depto. do Centro de Eventos	Gestão do espaço físico, suporte operacional a eventos	Manter infraestrutura, planejar logística	Autorizar uso do espaço, escalar equipe operacional
Depto. de Planejamento e Projetos	Captação de recursos, elaboração de projetos, parcerias	Pesquisar editais, redigir projetos, negociar com parceiros	Submeter propostas, firmar parcerias técnicas
Técnicos Administrativos	Apoio às atividades administrativas de todos os setores	Cumprir rotinas, arquivar, emitir documentos	Nenhuma (execução sob supervisão)
Agentes de Manutenção I e III	Conservação, limpeza e manutenção básica do espaço	Apoiar eventos e zelar pelos espaços turísticos	Nenhuma (execução sob demanda e supervisão)

ANEXO III – PROCESSOS NECESSÁRIOS PARA O SISTEMA DE GESTÃO DO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Esta matriz direciona o inventário de processos internos da Secretaria de Turismo.

Processo	Entradas Necessárias	Saídas Esperadas	Sequência/ Interação com Outros Processos	RH Envolvido
1. Planejamento Estratégico do Turismo	Diagnóstico participativo, políticas públicas, dados de demanda e oferta	Plano Municipal de Turismo, metas estratégicas e plano de ação	Base para os processos 2 a 5	Secretário, Diretoria de Planejamento e Turismo
2. Pesquisa e Monitoramento do Setor	Dados estatísticos, feedback de turistas e empreendedores	Relatórios de análise, indicadores de desempenho	Alimenta processos 1 e 4	Técnicos da Diretoria de Turismo
3. Desenvolvimento e Estruturação de Produtos Turísticos	Inventário turístico, demandas do mercado, recursos naturais/culturais	Novos roteiros e produtos turísticos estruturados	Interage com processos 2, 4 e 6	Diretoria de Turismo, Planejamento, Técnicos
4. Promoção e Comunicação Turística	Produtos turísticos consolidados, calendário de eventos, material promocional	Ações promocionais, campanhas, participação em feiras e eventos	Reforça os processos 3 e 6	Diretoria de Marketing e Comunicação
5. Captação de Recursos e Projetos Especiais	Editais, parcerias, dados estratégicos do plano	Projetos financiados, novos investimentos	Suporte ao processo 3 e 6	Diretoria de Planejamento e Projetos
6. Gestão de Estruturas e Eventos	Agendamentos, necessidades logísticas, plano de ocupação do espaço	Execução de eventos, manutenção de equipamentos e serviços	Apoiado pelos processos 4 e 5	Diretoria do Centro de Eventos, Agentes de Manutenção
7. Atendimento ao Turista e Comunicação Institucional	Perguntas, demandas e reclamações de visitantes e moradores	Informação precisa, melhoria da imagem do destino	Interage com processos 4 e 2	Técnicos Administrativos, Marketing
8. Fiscalização e Regularização de Serviços Turísticos	Cadastro de prestadores, legislação vigente, denúncias e demandas do setor	Relatórios de conformidade, regularização via Cadastur, melhoria na qualidade	Interação com processos 1 e 9	Diretoria Administrativa, Turismo, Jurídico (quando houver)
9. Educação e Qualificação Profissional	Levantamento de necessidades, parcerias com instituições de ensino	Cursos, oficinas, capacitações específicas	Alavanca os processos 3, 4 e 8	Diretoria de Turismo, parceiros externos
10. Avaliação e Auditoria Interna	Relatórios e indicadores de todos os processos	Relatórios de auditoria, recomendações de melhoria	Avalia todos os demais processos	Equipe técnica interna, Secretaria

ANEXO IV – PROCEDIMENTO DE AUDITORIA INTERNA DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

1. OBJETIVO

Estabelecer o procedimento padrão para a realização de auditorias internas no Plano Municipal de Turismo, com o objetivo de garantir o acompanhamento, a transparência, o cumprimento das ações previstas e a melhoria contínua da gestão turística.

2. FREQUÊNCIA DA AUDITORIA

As auditorias internas ocorrerão com frequência anual, preferencialmente no segundo semestre de cada ano, visando avaliar o progresso das metas e ações previstas no plano.

Obs.: Em caso de revisões extraordinárias ou mudanças de gestão, uma auditoria adicional poderá ser realizada.

3. MÉTODO DE AVALIAÇÃO

A auditoria será baseada em:

- Análise documental (relatórios de execução, atas do COMTUR, registros financeiros, comprovação de ações realizadas).
- Entrevistas com os responsáveis pelas ações (gestores públicos, parceiros executores, membros do COMTUR).
- Verificação em campo, quando aplicável (por exemplo, em ações de infraestrutura ou eventos).

4. FORMALIDADE DO PROCESSO

O processo de auditoria interna seguirá os seguintes passos formais:

1. Planejamento da auditoria (cronograma, definição de auditores, escopo);
2. Execução das atividades de auditoria (coleta de dados, entrevistas, vistorias);
3. Emissão de relatório preliminar com constatações e recomendações;
4. Validação com a equipe técnica e COMTUR;
5. Emissão do relatório final;
6. Apresentação pública dos resultados (em reunião do COMTUR ou evento oficial).

5. FORMATO DO RELATÓRIO DE AUDITORIA

O relatório de auditoria seguirá o formato abaixo:

- Capa e identificação;
- Sumário executivo;
- Objetivos da auditoria;
- Metodologia utilizada;
- Resultados por eixo ou ação estratégica;
- Conformidades observadas;
- Não conformidades ou atrasos;
- Recomendações de melhorias;
- Plano de ação corretiva (se aplicável);
- Anexos (documentos de apoio, registros, atas etc.).

O relatório será disponibilizado em formato digital (PDF).

6. PERFIL DOS AUDITORES INTERNOS

A equipe de auditoria deverá ser composta por:

- Servidores públicos efetivos ou comissionados com formação em áreas como Administração Pública, Turismo, Gestão de Projetos, Planejamento Urbano ou afins;
- Pelo menos um membro indicado pelo COMTUR com experiência no setor turístico local;

Sugestão: Sempre que possível, incluir apoio técnico de instituições parceiras (Universidades, Sistema S, Convention, ADETUR, etc.).

7. DISPOSIÇÕES FINAIS

A auditoria interna é uma ferramenta de transparência e governança. Os resultados devem ser utilizados para ajustar estratégias, corrigir falhas e aprimorar a execução do Plano Municipal de Turismo, mantendo a participação social e o alinhamento com as diretrizes do município e das políticas públicas de turismo estadual e nacional.

INFORMAÇÕES ÚTEIS:

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

- <https://turismo.pontagrossa.pr.gov.br/observatorio-do-turismo/>
- <http://geoweb.pontagrossa.pr.gov.br/>

REDES SOCIAIS

- <https://www.instagram.com/pontagrossaturistica/>
- <https://www.facebook.com/pontagrossaturistica/>
- <https://www.pontagrossaturistica.com/>

INFORMAÇÕES E CONTATO

- Secretaria Municipal de Turismo

R. Sete de Setembro, 510 - Centro, Ponta Grossa - PR, 84010-350

Telefone: (42) 3220-1000 - ramal 2306/2099

E-mail: turismo@pontagrossa.pr.gov.br